

# Il Welfare aziendale

## fra cambiamenti nel mondo del lavoro e negli stili di vita



25 ottobre 2017, Sala Falck - Assolombarda



# Di che cosa si tratta

Ricerca finanziata dall'Università Iulm (Prof. A. Mortara)

Svolta all'interno dell'attività didattica del corso  
di *Innovazione e Società* (Proff. R.Scramaglia e G.Paletta;  
S. Muccio, L. Pellegrini)

Con la collaborazione di Assolombarda



**Scenario**



**Obiettivi della ricerca**



**Metodo**



**Risultati**



**Conclusioni**

# sommario

A photograph of a wooden desk with a laptop, a pen holder, a blue mug, and papers. The laptop screen shows various data charts including a pie chart, a bar chart, and a line graph. A green text box is overlaid on the left side of the image.

# Introduzione alla Ricerca

---

## svolta dall'Università IULM



# Lo Scenario

---



Progressivo **indebolimento** del Welfare tradizionale (crisi delle istituzioni)

**Presenza in carico** da parte del Welfare aziendale di una serie di richieste in ambiti differenti



Speranze di vita aumentate (nel 2015 uomini 80,1 anni, donne 84,6)

Disoccupazione significa per l'Inps mancate entrate da contributi

**Si investe sempre più in pensioni** (Nel 2014 la spesa è stata di 249,5 miliardi di euro, lo 0,6% in più dell'anno precedente)

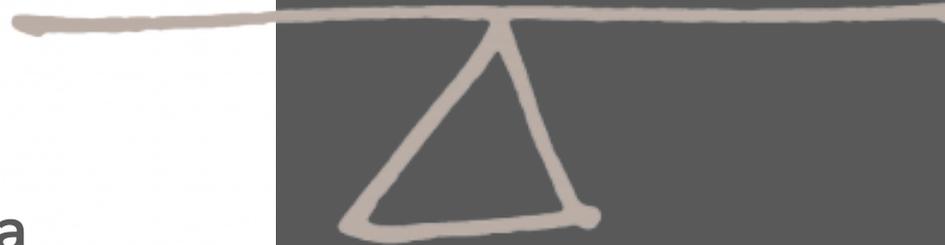
**E sempre meno in sanità** Nel 2014 di 1.803 euro per abitante (contro la media europea di 2.223 euro, la Germania 3489 euro; la Svizzera 4651 euro; la Norvegia 5.632 euro; *Dati Eurostat 2017*)

# Welfare pubblico

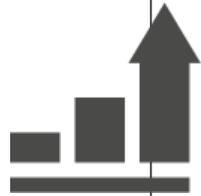
Il Welfare aziendale costituisce un insieme di benefit e prestazioni finalizzato a superare la componente meramente monetaria della retribuzione al fine di sostenere il reddito dei dipendenti e migliorarne la vita privata e lavorativa

Work

Life



# COS'è IL Welfare AZIENDALE



**Benefit e servizi forniti  
dall'azienda ai propri  
dipendenti**

**Risposte puntuali a  
bisogni specifici delle  
persone**



**Strumenti per  
migliorare la vita  
privata e lavorativa**

**Azioni finalizzate  
all'ottimizzazione dei  
risultati di impresa**



- Il **62%** dei lavoratori italiani è favorevole all'adozione di programmi di Welfare nella propria azienda

- Il **55%** pensa che le aziende investiranno sempre più in Welfare

- L'**89%** delle 300 aziende intervistate è soddisfatto dei programmi di Welfare

*Fonte: indagine Doxa 2017 su un campione di 800 lavoratori -*

# Welfare aziendale



# RESTANO PERO' ANCORA DELLE DIFFICOLTA'

- **Tra il Welfare pubblico e quello privato** tradizionale ci sono dei buchi (per i disoccupati, i precari)
- E delle sperequazioni fra piccole e grandi aziende, fra il nord e il sud del Paese.
- **Per l'implementazione del Welfare aziendale** ci sono ostacoli:
  - ✓ Problemi di bilancio
  - ✓ Difficoltà di tenersi sempre informati su modalità e normative fiscali
  - ✓ Scogli nell'applicazione pratica delle forme di Welfare
  - ✓ Difficoltà di scegliere i servizi e i benefit adatti a lavoratori differenziati e con bisogni che cambiano rapidamente



## Inoltre...

### Nelle famiglie:

- ✓ **meno lavoratori** (il totale degli occupati è poco più di metà della popolazione: 58,0% a luglio 2017)
- ✓ **più anziani** (nel 2017, il 22,3% della popolazione ha più di 65 anni)
- ✓ **più giovani NEET "not (engaged) in education, employment or training"** (nel 2016 sono 2 milioni 200mila: il 24% dei giovani fra 15 e 29 anni contro la media europea del 14%)
- ✓ **Più famiglie atipiche, separate, ricomposte**
- ✓ **Più single**
- ✓ **Più famiglie monoparentali**



# Obiettivi della ricerca

---

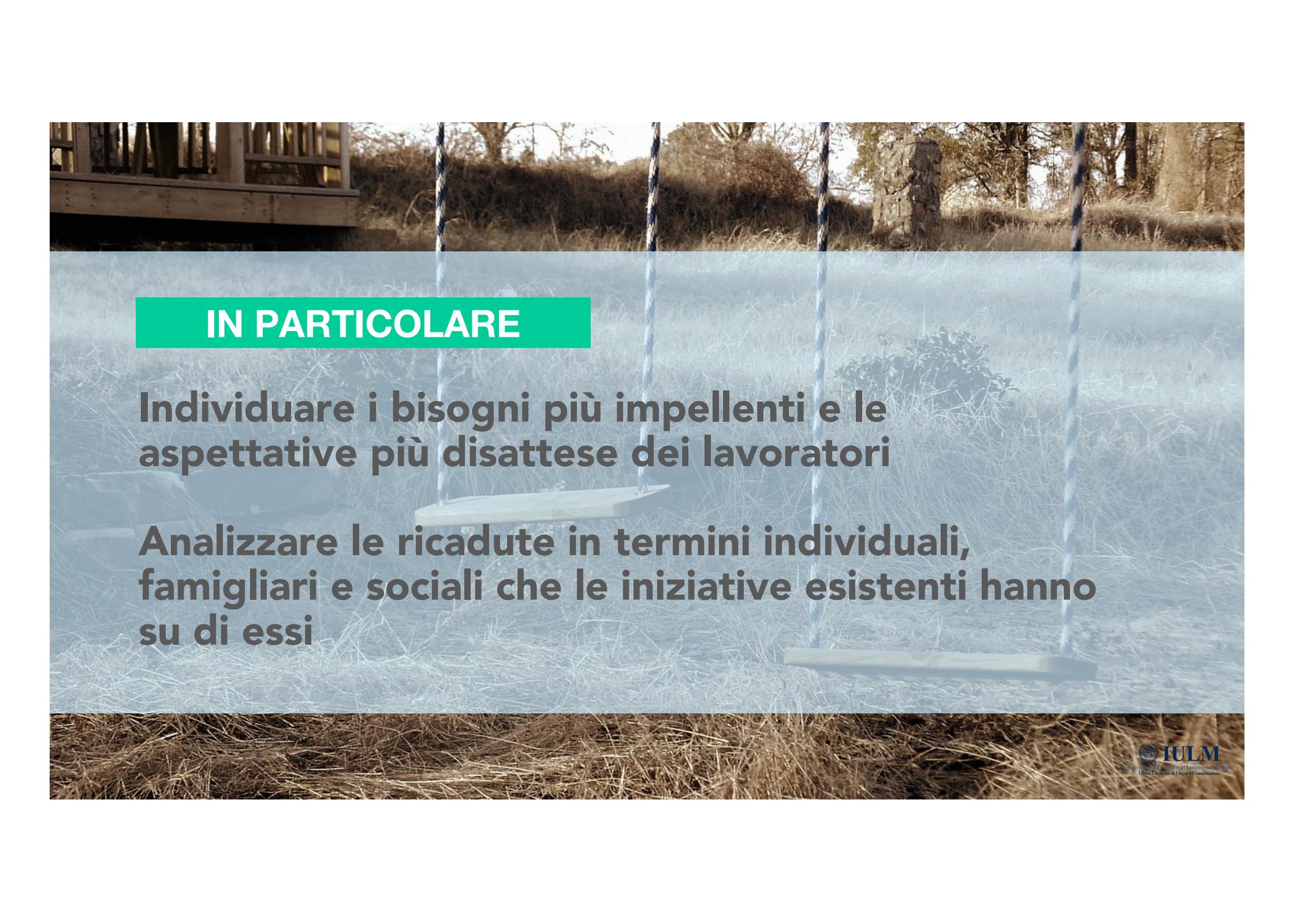


Analizzare:

**bisogni, valori, atteggiamenti, comportamenti**

**delle PERSONE e delle IMPRESE**

**OGGI IN ITALIA**



## **IN PARTICOLARE**

**Individuare i bisogni più impellenti e le aspettative più disattese dei lavoratori**

**Analizzare le ricadute in termini individuali, familiari e sociali che le iniziative esistenti hanno su di essi**



## ESPLORANDO ...

**Il welfare aziendale nel senso più ampio del termine, comprese le possibili ricadute sul territorio dove l'impresa opera e sulla comunità locale e globale.**

**Questo nella consapevolezza che in alcuni casi vi sono confini sfumati fra welfare e responsabilità sociale d'impresa e che non tutti gli strumenti hanno uguale possibilità o interesse di fruizione.**



# METODO

---



✓ **Questionari cartacei  
*face to face***

✓ **Questionari *on line***



## 2. INDAGINE SULLE IMPRESE

Osservazione partecipante

Interviste

Analisi dei documenti



# PRIMA PARTE DELLA RICERCA

---



# IL CAMPIONE

---

# Indagine quantitativa



## Famiglie

**Interviste personali**  
**Somministrazione: ottobre-  
novembre 2016**  
**Focus su confronto  
generazionale**  
**5.805 questionari raccolti**



## On-line

**Interviste online**  
**Somministrazione: dicembre  
2016 – gennaio 2017**  
**Focus su ampiezza campione**  
**23.802 questionari raccolti**  
**13.579 utilizzati dopo la pulitura  
dei dati**



# IL QUESTIONARIO

---

Per l'indagine sulle famiglie così come per l'indagine sulle persone è stato utilizzato lo stesso questionario

E' stata così mantenuta la confrontabilità fra i dati raccolti

# Le sezioni del questionario



**Anagrafica**



**Condizioni di vita degli  
intervistati: valori, paure e self-  
confidence**



**Importanza del Welfare  
aziendale**



**Realtà lavorativa  
dell'intervistato**



**Percezione della propria  
condizione lavorativa**

# GLI INDICI DEL Welfare

# Indici di sintesi

Sono stati creati indicatori sintetici per rendere più agevole la discussione dei risultati relativi alle pratiche di welfare.

Scala di valutazione utilizzata: da 1 (per niente importante) a 6 (assolutamente importante).

## VITA DEL LAVORATORE



Work life balance



Modalità di

lavoro/soddisfazione



Ambiente strutturale di lavoro



Stabilità lavorativa

# Indici di sintesi

## FAMIGLIA DEL LAVORATORE



Salute famiglia



Facilitazioni per la famiglia



Aiuto economico per la famiglia

## SODDISFAZIONE DEI LAVORATORI (solo lavoratori attivi)





# RICERCA SULLE FAMIGLIE

# Indagine sulle famiglie: il campione totale



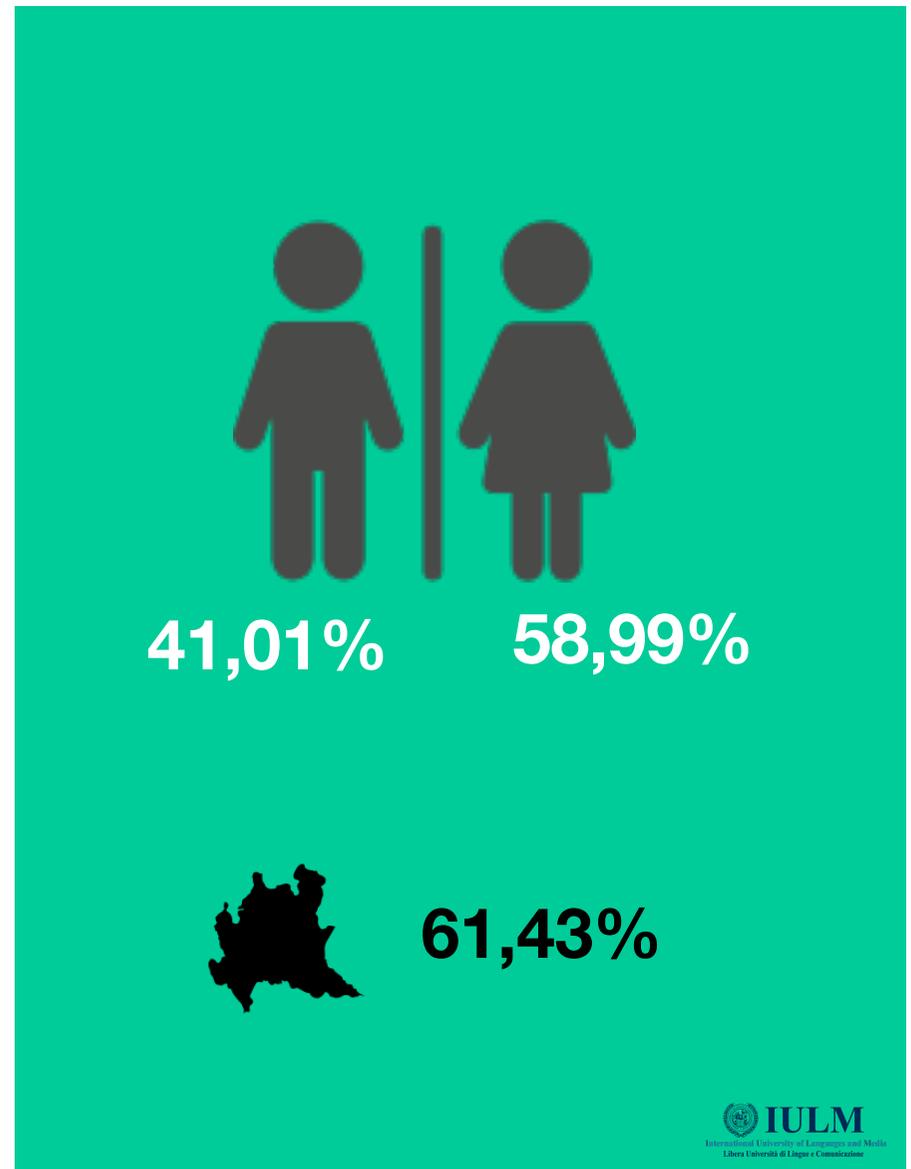
**Figli teenager e giovani adulti**  
**33,54 % dei rispondenti**



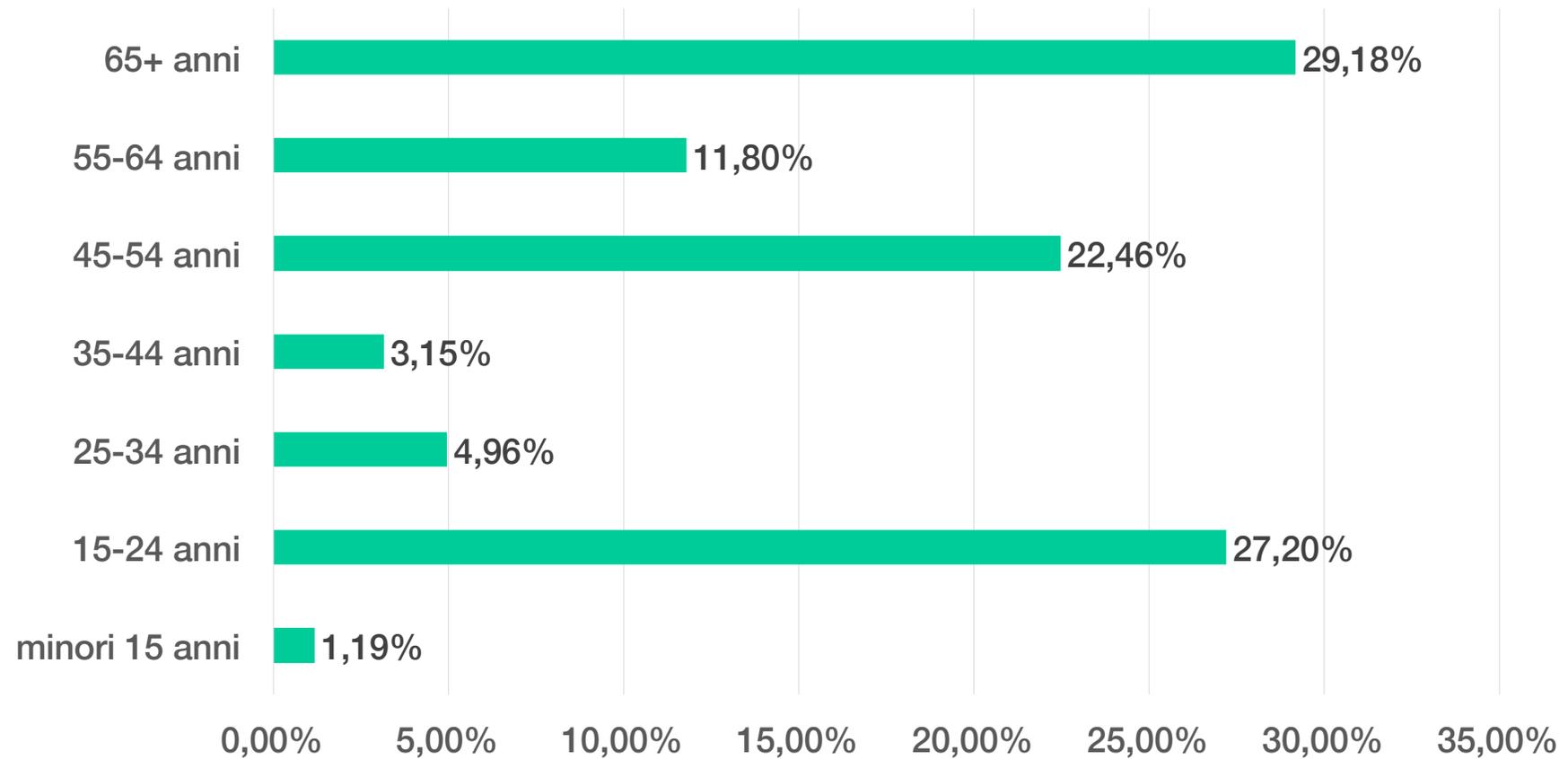
**Genitori**  
**37,14 % dei rispondenti**



**Nonni**  
**29,06 % dei rispondenti**



# Età rispondenti



# Indagine sulle famiglie: il campione di lavoratori attivi



**Figli teenager e giovani adulti**

**23,58 % dei rispondenti**

**Età media: 25 anni**



**Genitori**

**71,46 % dei rispondenti**

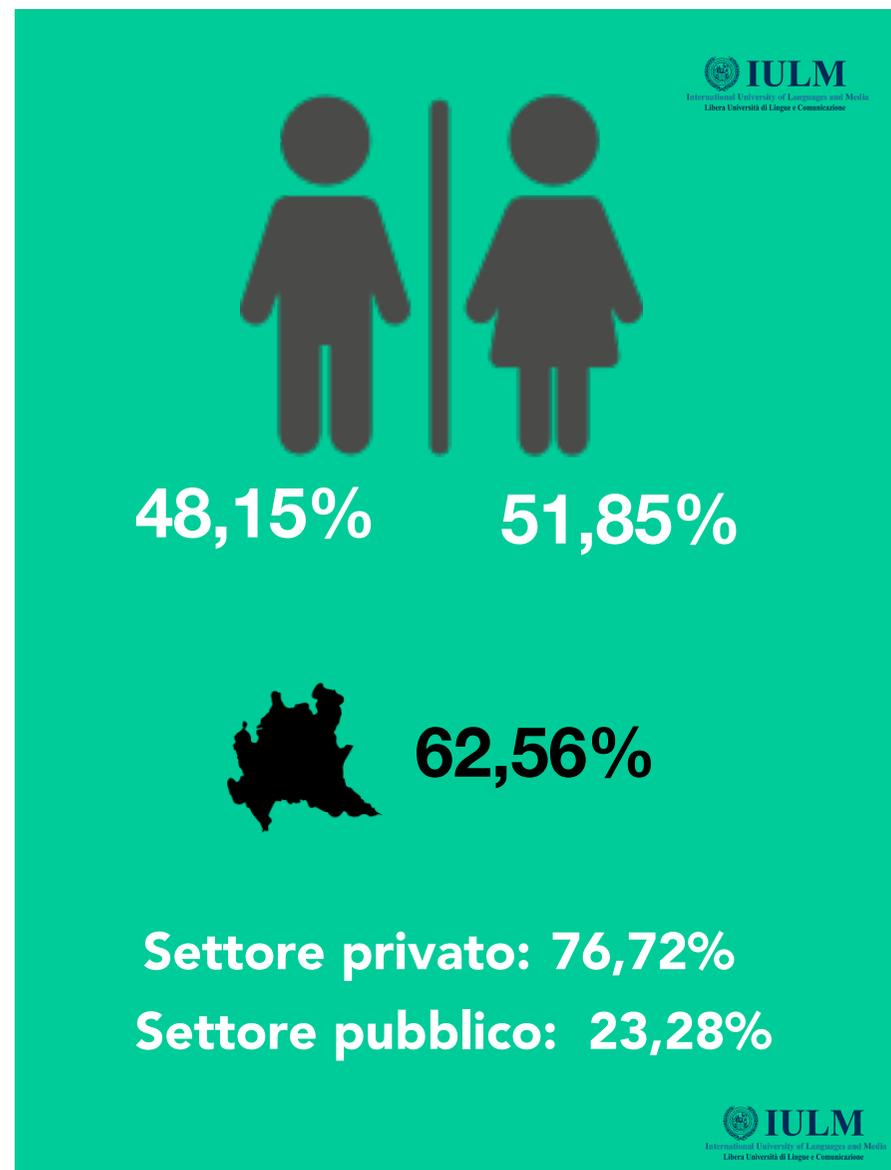
**Età media: 52 anni**



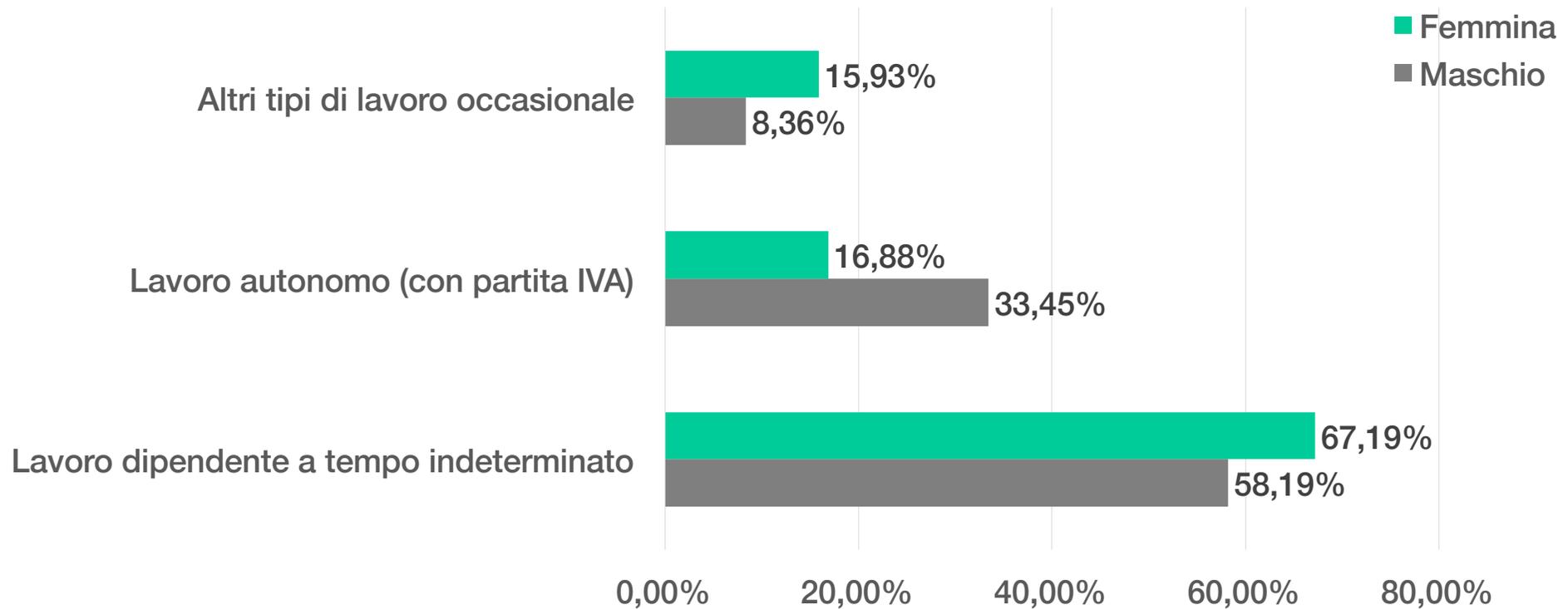
**Nonni**

**4,96 % dei rispondenti**

**Età media: 74 anni**



# Tipologia di lavoro svolto





# LA RICERCA SULLE FAMIGLIE: I RISULTATI

Focus sul welfare del  
lavoratore e della sua famiglia

# Welfare riguardante la vita del lavoratore

Importanza attribuita ai principali item (valori medi – scala da 1 a 6)

Strumenti di welfare - vita lavoratore	V	Figli	Genitori	Nonni	Totale campione	Lavoratori con item	% pres. item in azienda	P
Orari flessibili, Part time	7	4,51	4,84	4,58	4,65	4,91	59,82%	1
Strumenti di lavoro tecnologicamente avanzati	6	4,85	4,84	4,26	4,68	4,95	56,72%	2
Non dover fare turni o lavorare durante le feste	9	4,58	4,49	4,51	4,53	4,71	54,84%	3
Spazi di lavoro belli e confortevoli	8	4,72	4,63	4,38	4,59	4,71	53,70%	4
Libero accesso a internet per uso personale	15	3,64	3,19	2,59	3,18	3,61	48,75%	5
La formazione professionale e stage per i giovani	1	4,99	5,04	4,89	4,98	5,10	48,59%	6
Buoni pasto, mensa aziendale	10	4,32	4,30	4,31	4,31	4,60	43,69%	7
La flessibilità dei modelli di lavoro	11	4,25	4,35	4,07	4,24	4,57	38,75%	8

Strumenti di welfare - vita lavoratore	V	Figli	Genitori	Nonni	Totale campione	Lavoratori con item	% pres. item in azienda	P
La distribuzione di bonus e premi di produzione	4	4,77	4,88	4,72	4,80	5,00	37,65%	9
Una pensione integrativa privata	2	4,73	4,91	4,98	4,87	5,18	37,04%	10
Sanità integrativa e prevenzione	5	4,66	4,83	4,88	4,79	5,01	36,14%	11
Le facilitazioni di trasporto (auto aziendale, rimborsi)	3	4,76	4,83	4,83	4,81	4,92	34,63%	12
Possibilità di svolgere il lavoro a casa propria	12	3,77	3,91	4,08	3,91	<b>4,39</b>	28,50%	13
Spazi creativi, CRAL, dopo lavoro, convenzioni	14	3,57	3,42	3,36	3,45	<b>3,94</b>	20,70%	14
Centri di ascolto, di sostegno psicologico	13	3,63	3,68	3,72	3,67	4,15	13,11%	15

**V** Posizionamento dell'item in base all'importanza attribuita dal campione (valore medio)

**P** Posizionamento dell'item in base alla diffusione percentuale (fra le aziende del campione di lavoratori attivi)

 WLB    
 Modalità lavoro/soddisfazione    
 Ambiente strutturale di lavoro    
 Sostegno anche economico al lavoratore (stabilità lavorativa)

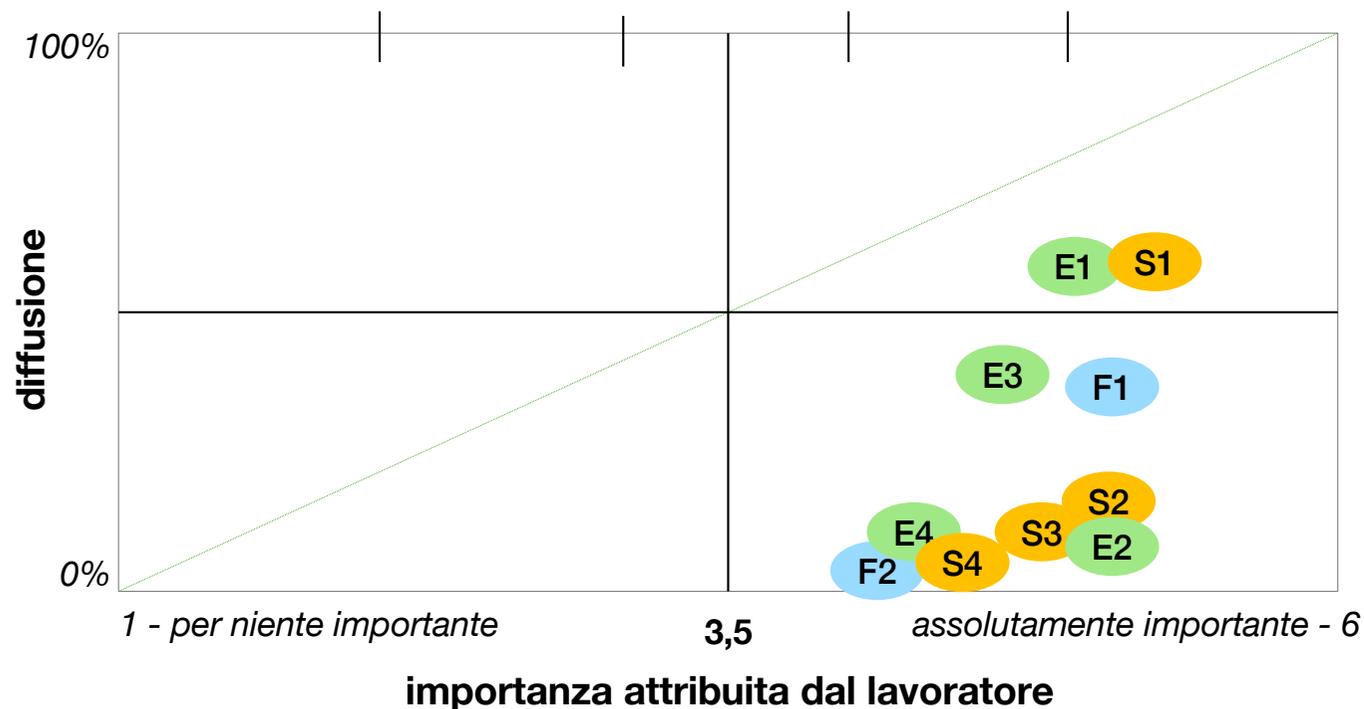
## Welfare per la famiglia del lavoratore

Importanza attribuita ai principali item. Confronto fra generazioni e lavoratori (valori medi – scala da 1 a 6)  
E percentuale di presenza degli item nelle aziende dove lavorano

Item welfare - famiglia del lavoratore	Figli	Genitori	Nonni	Totale	Lavoratori con item welfare		
	Media	Media	Media	Media	Media	N lav .	% pres. in az.
Copertura/indennità integrativa congedo maternità/paternità	5,2	5,19	5,27	5,22	5,34	1325	54,10%
Turni agevolati per chi ha figli piccoli o familiari a carico	5,1	5,18	5,29	5,20	5,23	1010	41,24%
Liberalità occasionali pr la nascita figli o altri eventi della vita del dipendente	5,0	4,87	4,96	4,94	5,15	1292	52,76%
Assicurazioni sanitarie estese ai familiari	4,7	4,87	5,14	4,88	5,22	484	19,76%
Supporto oneri di cura dei minori (asilo aziendali o convenzionato, ...)	4,5	4,78	4,81	4,70	4,99	350	14,29%
Borse studio per figli, rimborsi libri/tasse scolastiche, servizi educativi e ricreativi	4,5	4,73	4,77	4,68	5,04	351	14,33%
Aiuti economici, servizi di cura, sportelli consulenza per familiari non auto suff.	4,4	4,66	4,89	4,65	4,83	216	8,82%
Sostegno del reddito (es.: prestiti agevolati/anticipazione TFR)	4,5	4,72	4,65	4,62	4,85	965	39,40%
Aiuti alla casa, edilizia convenzionata, mutui e sostegno delle spese di affitto	4,0	4,23	4,20	4,13	4,71	246	10,04%
Servizi "Salvatempo", disbrigo pratiche, lavanderia, stireria e supporto domestico	3,3	3,47	3,36	3,38	4,01	171	6,98%

# Importanza attribuita vs presenza item

S salute familiari     
 F facilitazioni famiglia     
 E aiuto economico famiglia

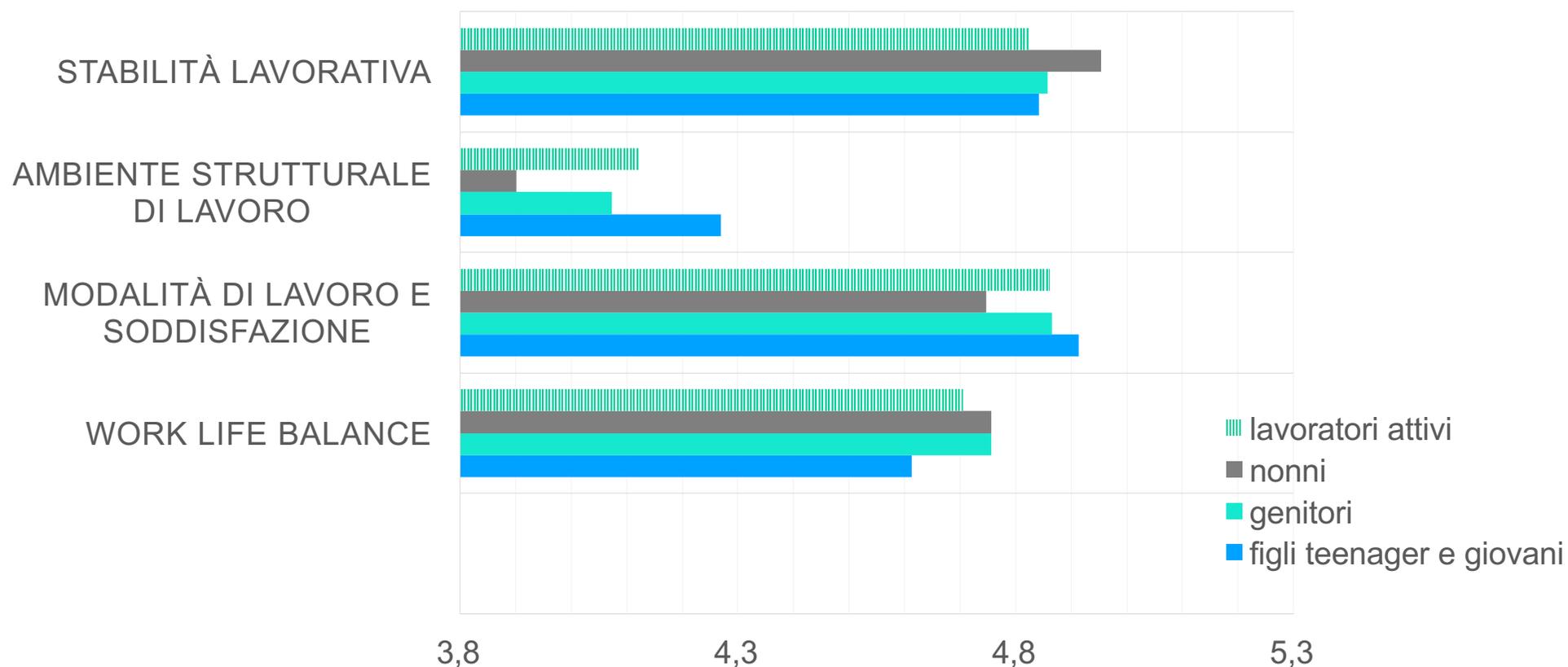


S1 - Indennità integrativa maternità/paternità
F1 - Turni agevolati familiari a carico
E1 - Liberalità occasionali nascita figli
S2- Assicurazioni sanitarie per i familiari
S3 - Supporto oneri di cura dei minori
E2 - Borse studio figli, libri/tasse scolastiche
S4 - Aiuti econ., servizi cura fam. non auto suff.
E3 - Sostegno del reddito (prestiti agevolati, TFR)
E4 - Aiuti casa, mutui, affitto
F2 - Servizi "Salvatempo"

# GLI INDICI DEL Welfare

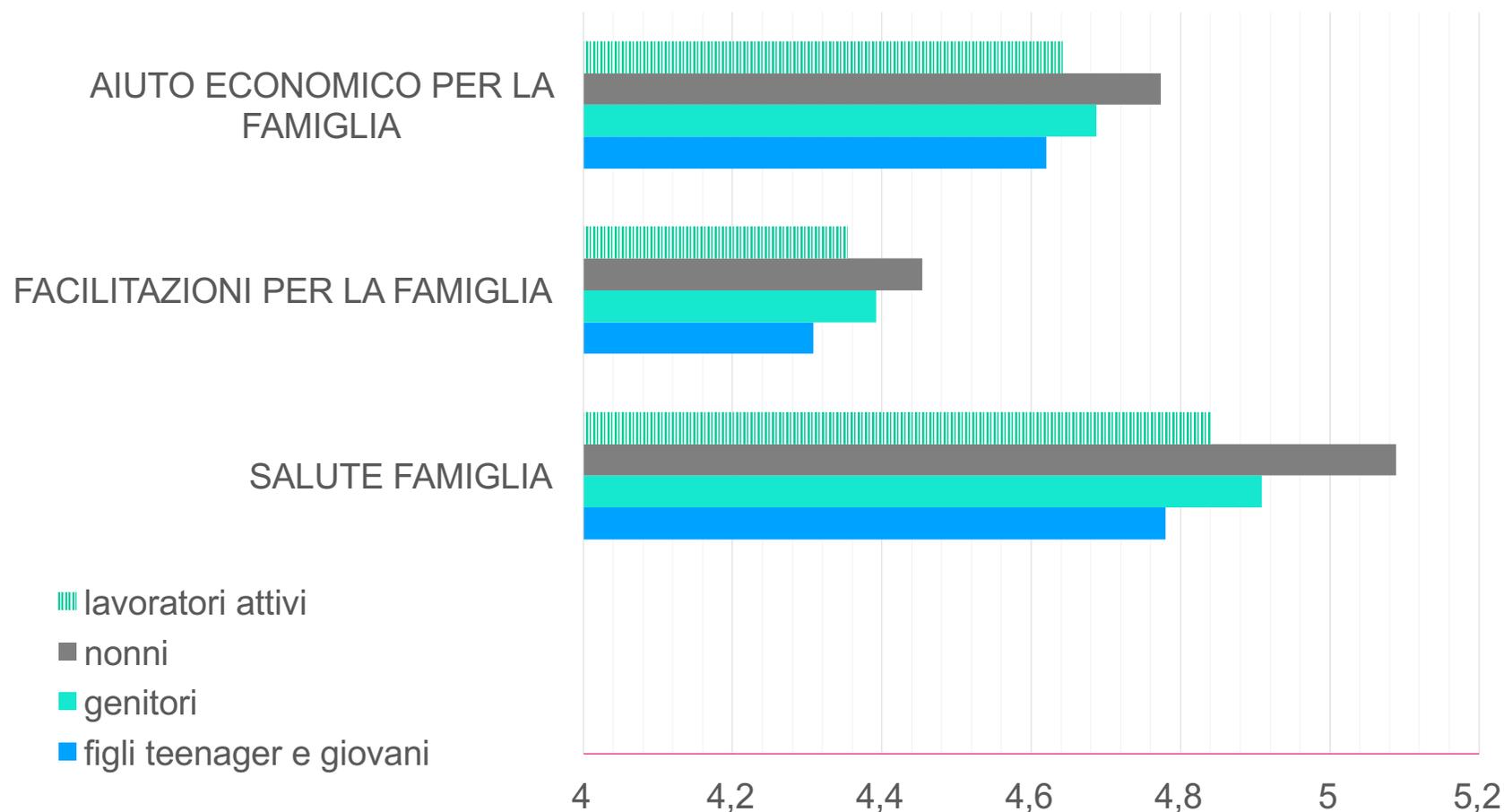
# Importanza del welfare per la vita del lavoratore.

## Confronto fra generazioni (valori medi – scala da 1 a 6)

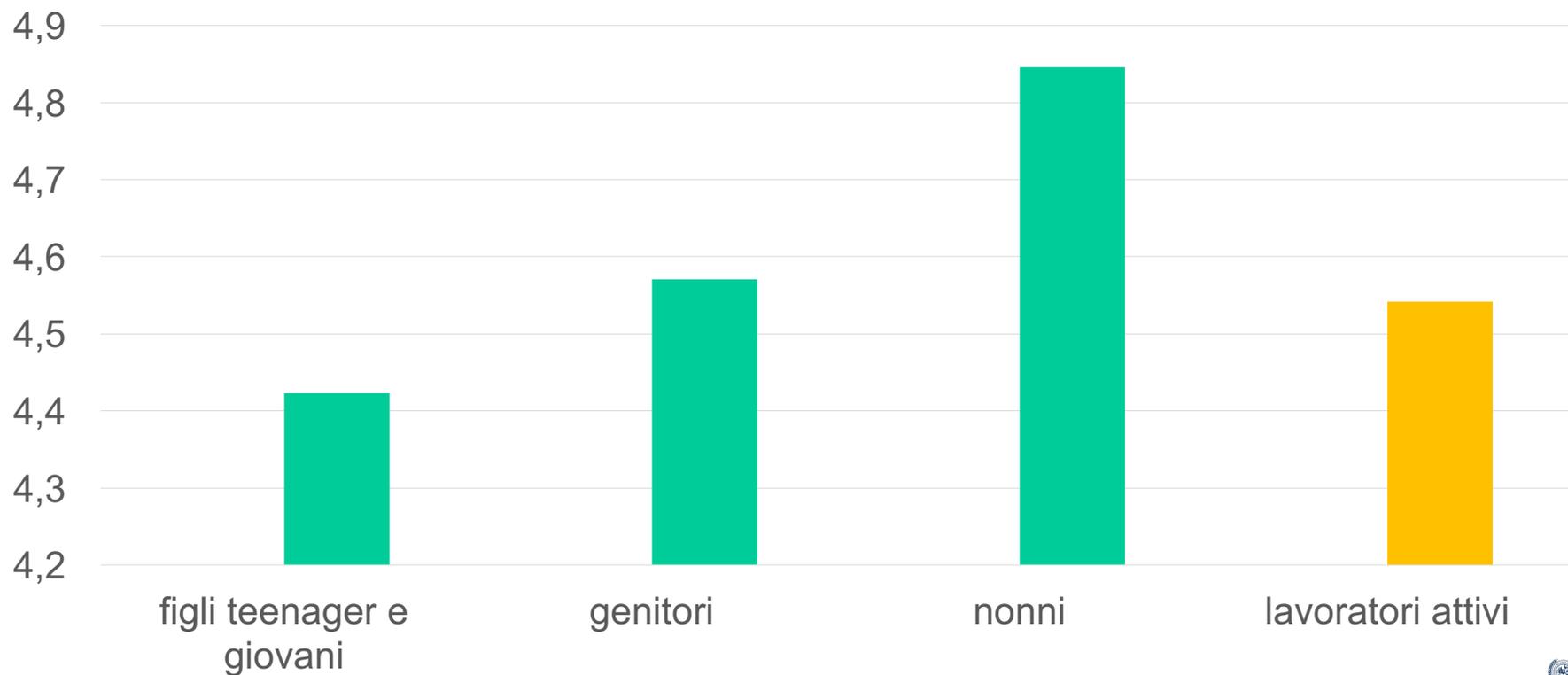


# Importanza del welfare per la famiglia del lavoratore.

## Confronto fra generazioni (valori medi - scala da 1 a 6)



# Indice medio di soddisfazione per il proprio lavoro (campione di lavoratori attivi) (scala da 1 a 6)





# RICERCA ONLINE

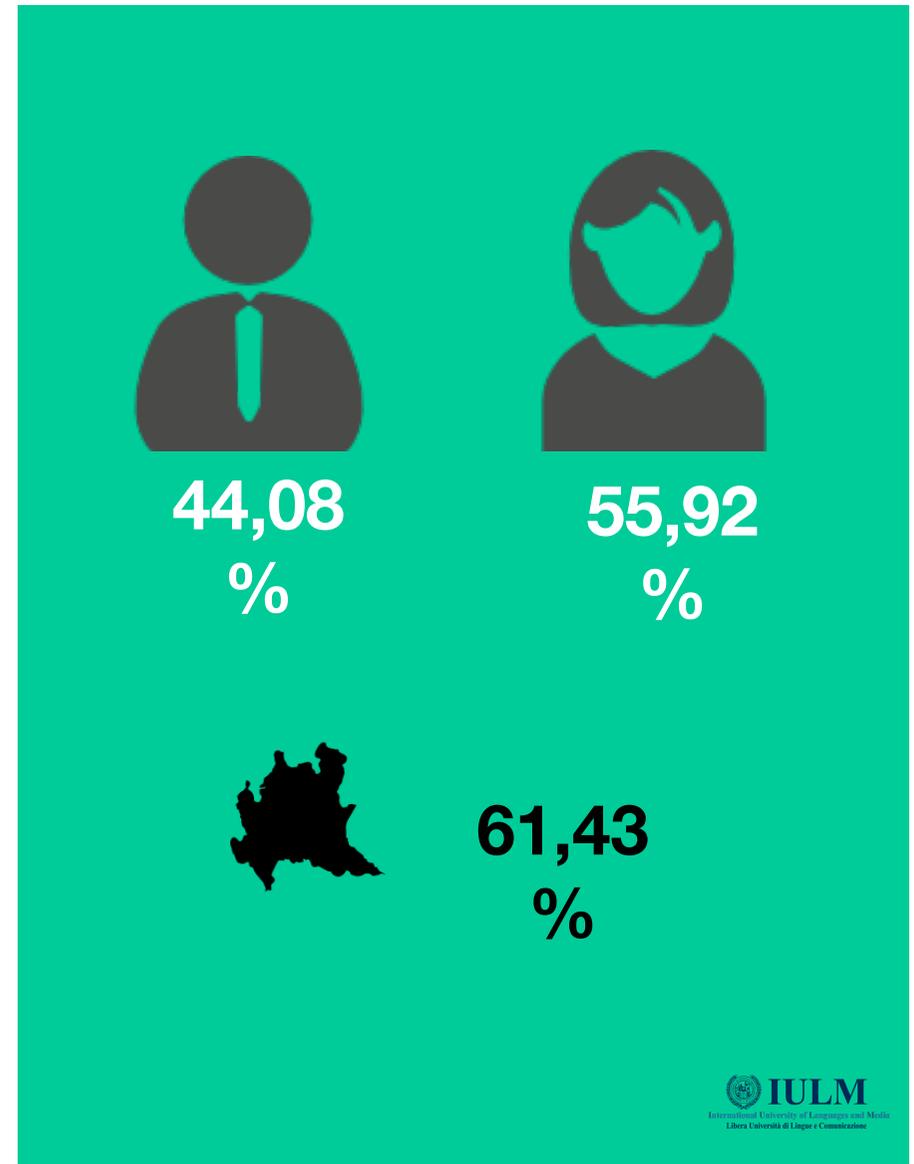
# Indagine sulle persone (online): il campione totale

Il campione di 13.579 rispondenti è equamente suddiviso fra:

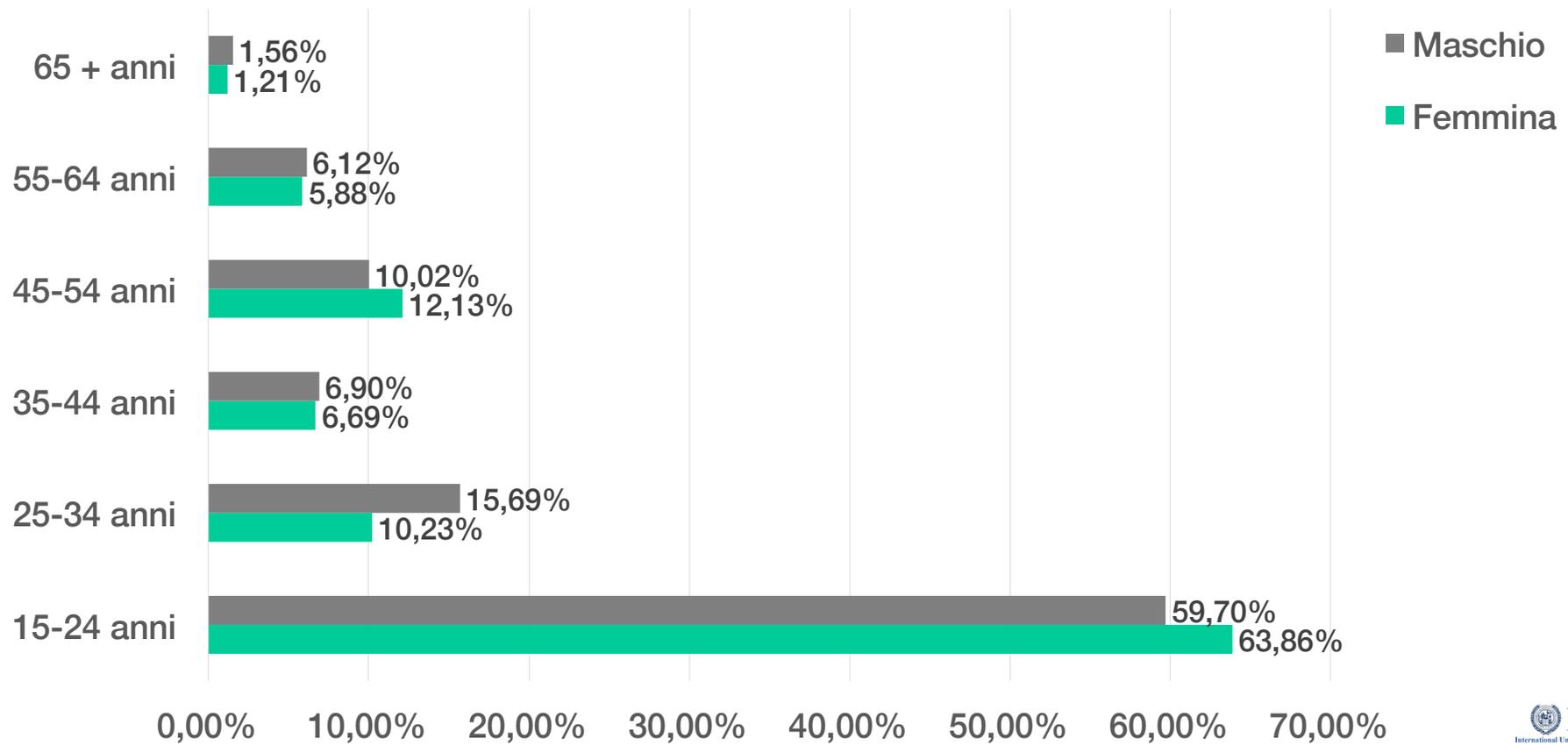
- ✓ **Giovani** (il 50% circa è compreso tra i 17 e i 34 anni)
- ✓ **Adulti**

con una fascia sovra-rappresentata di giovanissimi di età compresa fra i 17 e i 24 anni.

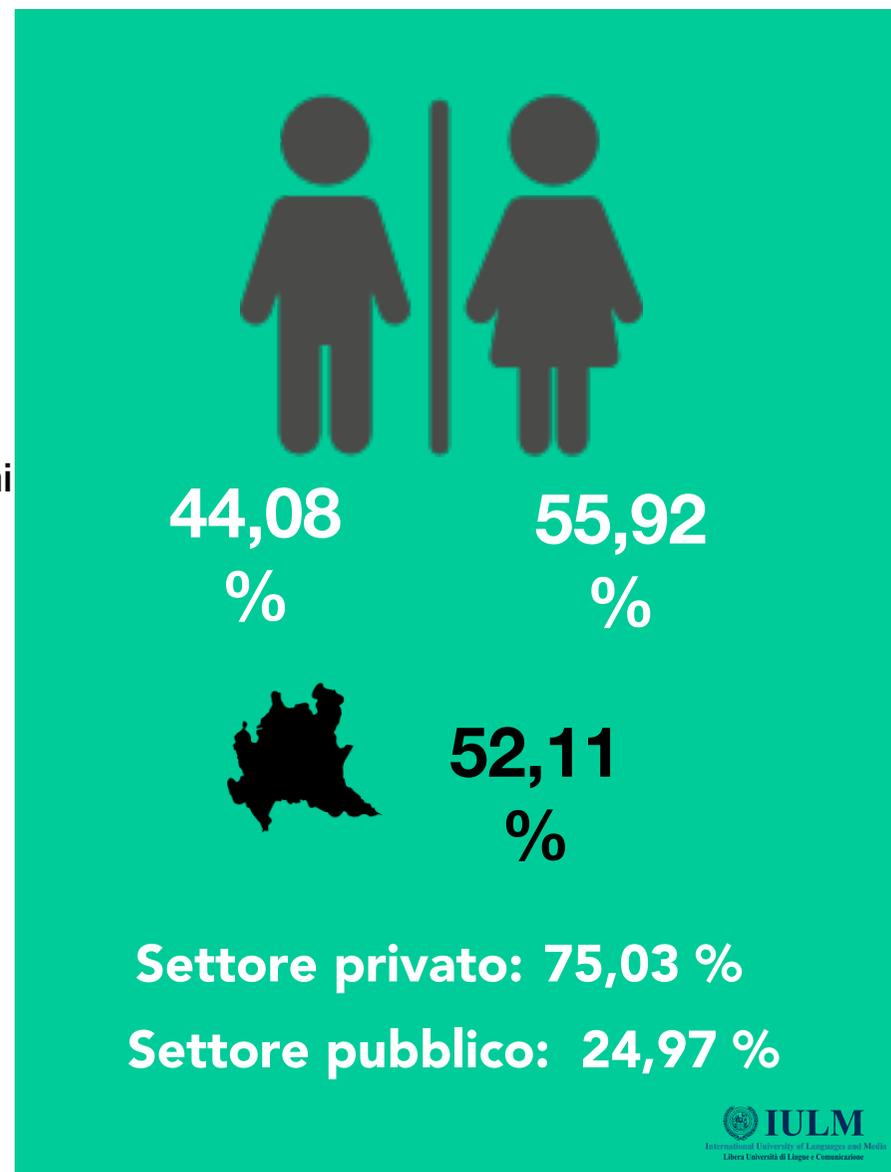
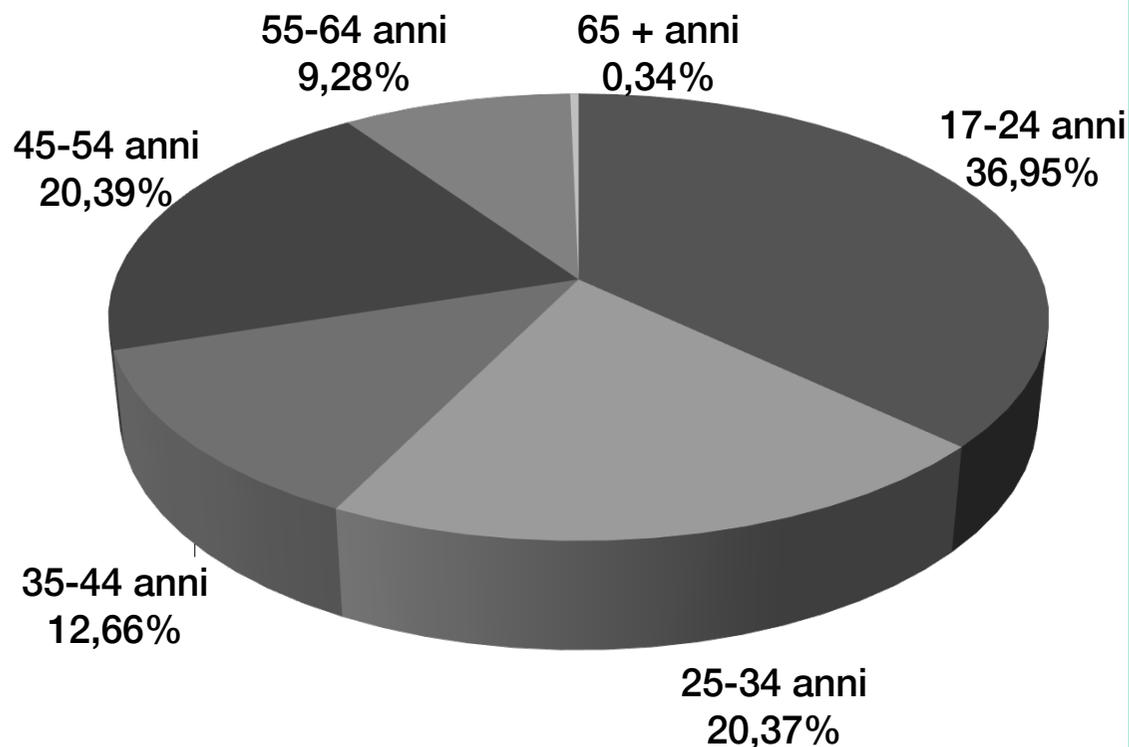
Il sotto campione di lavoratori attivi (6.508) è pari al 46% degli intervistati



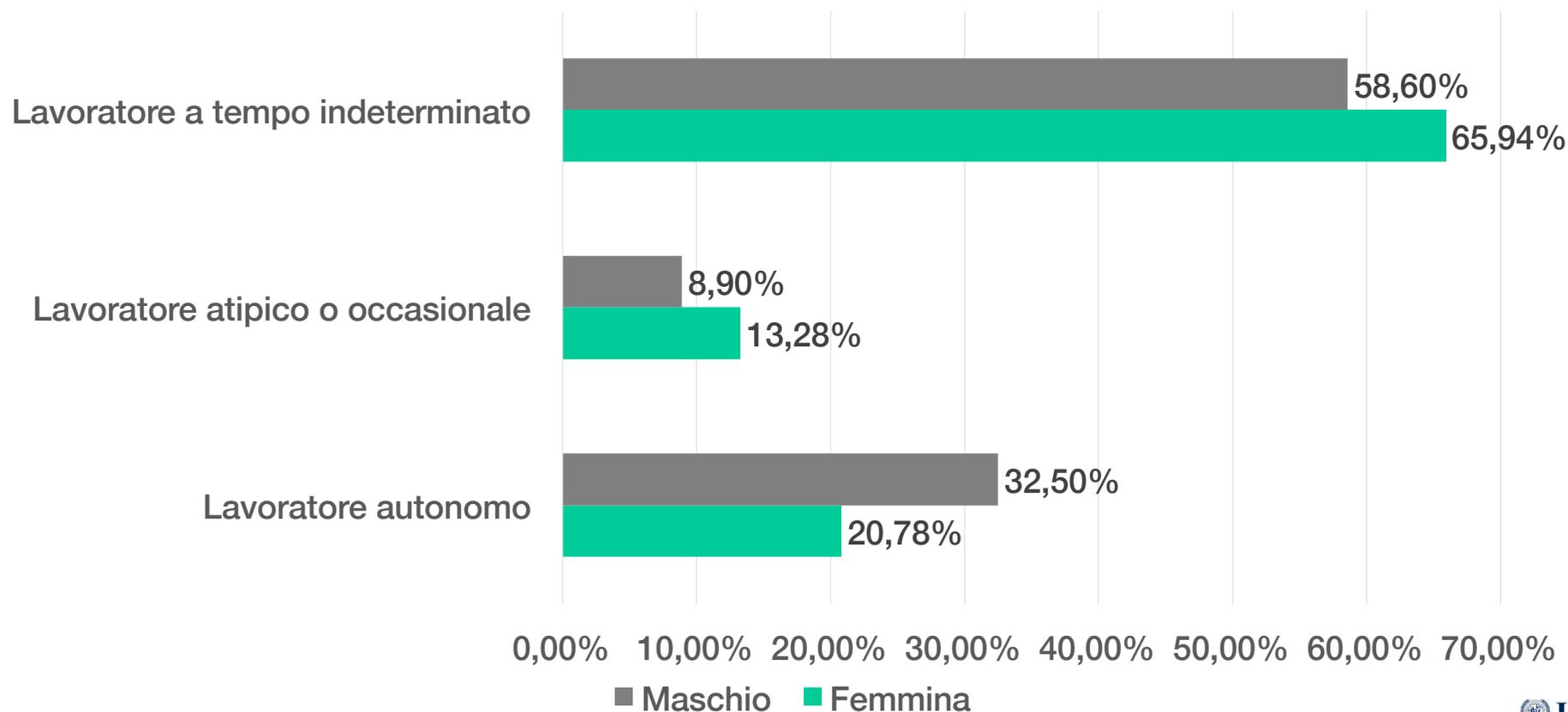
# Età rispondenti



# Indagine sulle persone: il campione di lavoratori attivi



# Tipologia di lavoro svolto



A photograph of a person with dark hair, seen from the side, sitting at a wooden desk. They are looking at a laptop screen. A smartphone is lying on the desk in front of them. The background is a plain, light-colored wall.

## **LA RICERCA ONLINE: I RISULTATI**

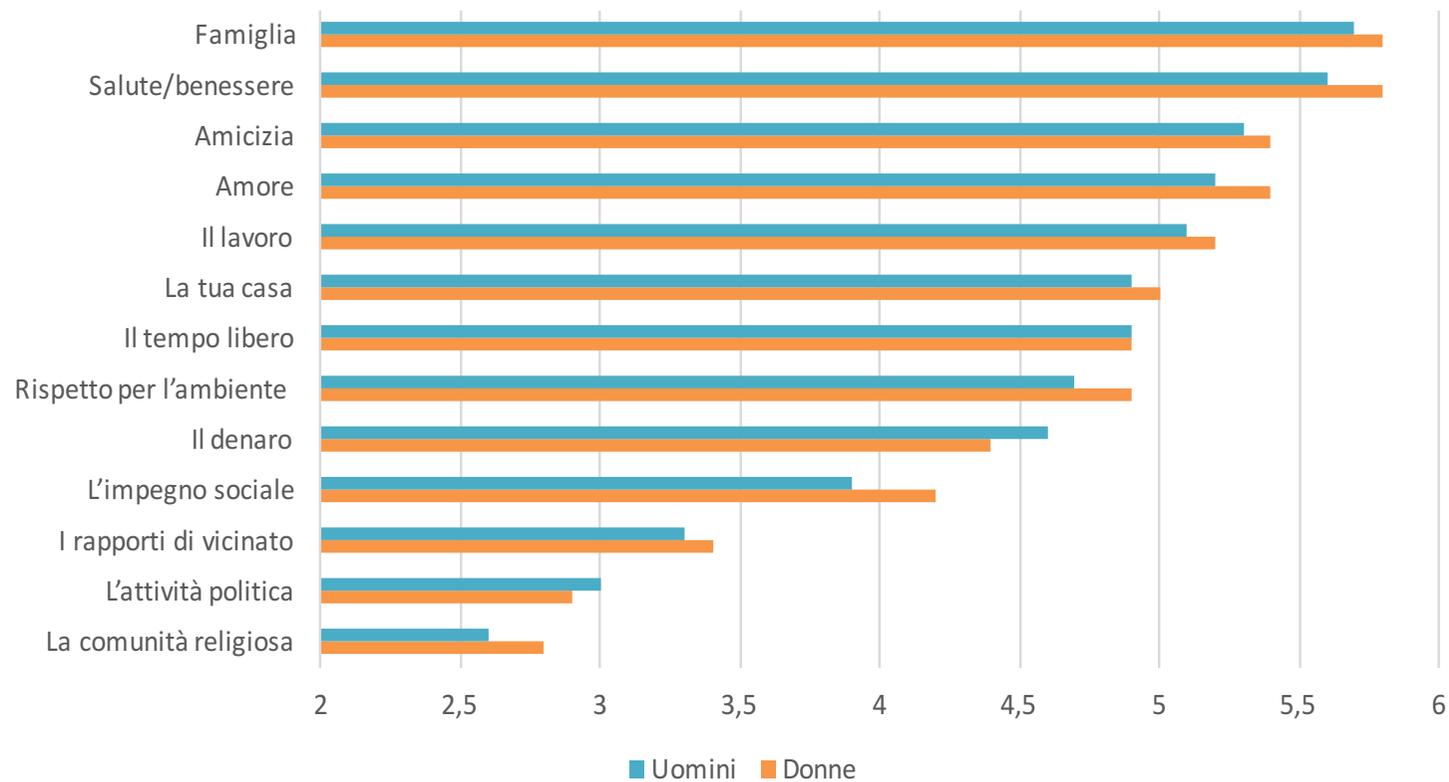
**Focus sul welfare del  
lavoratore e della sua famiglia**

# IMPORTANZA DEI VALORI

(scala da 1 a 6)

	Media	N
Salute/benessere	6,0	6.508
Famiglia	6,0	6.508
Amore	5,8	6.508
Amicizia	5,5	6.508
Il lavoro	5,4	6.508
Il tempo libero	5,3	6.508
Rispetto per l'ambiente	5,3	6.508
La tua casa	5,2	6.508
L'impegno sociale	4,9	6.508
Il denaro	4,8	6.508
L'attività politica	4,4	6.508
La comunità religiosa	4,3	6.508
I rapporti di vicinato	4,2	6.508

# Importanza dei valori per uomini e donne (scala da 1 a 6)



# Quanto sono importanti per la vita del lavoratore /1

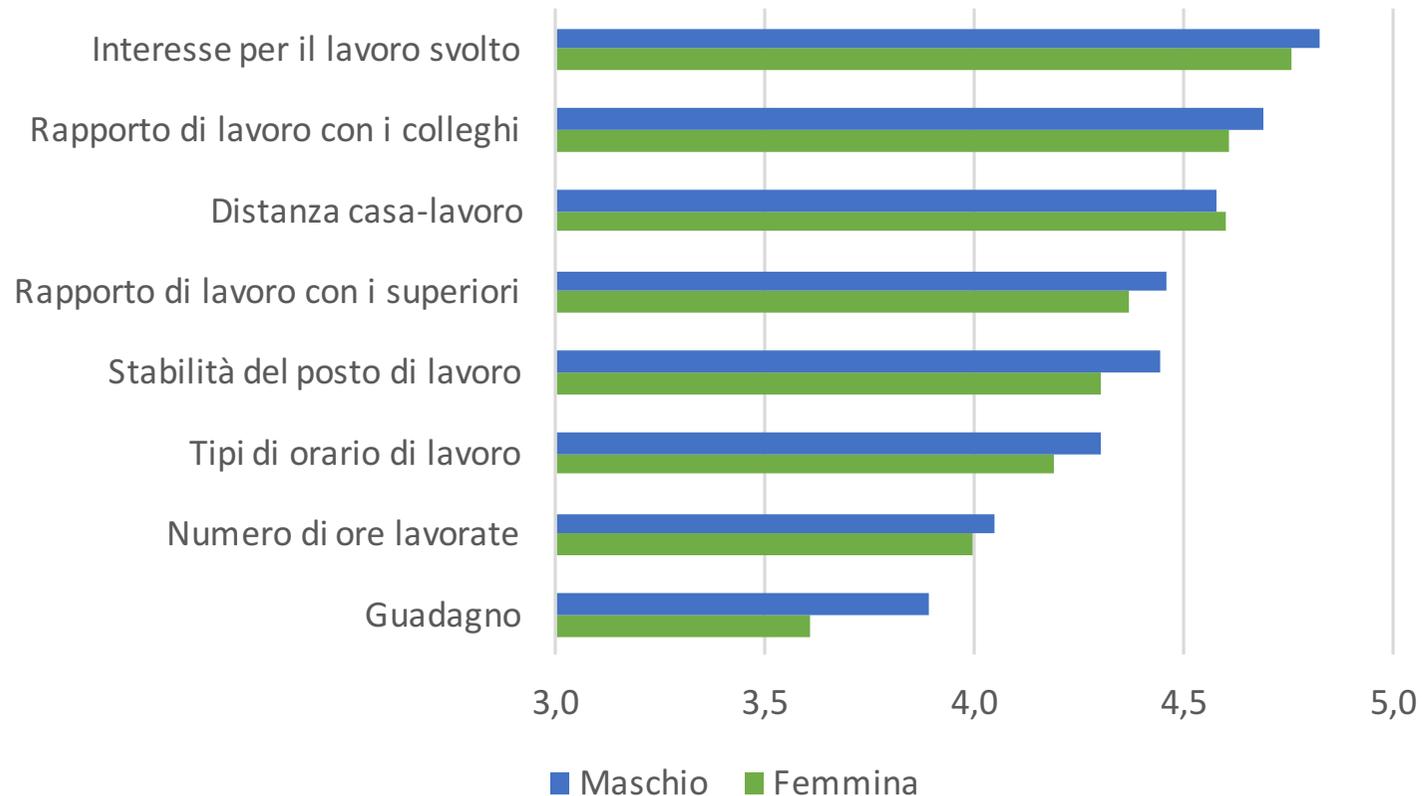
	(scala da 1 a 6)	Media	N
Un reddito/stipendio adeguato al lavoro svolto		5,5	6.452
Poter contare sul reddito/stipendio stabile		5,5	6.475
L'apprezzamento per il proprio lavoro		5,5	6.459
La garanzia di mantenere il posto di lavoro		5,4	6.475
Un buon bilanciamento tra vita lavorativa e vita privata		5,4	6.466
La stabilità finanziaria della propria impresa/ente		5,3	6.423
La possibilità per i collaboratori di esprimere le proprie idee ed essere ascoltati dai superiori		5,2	6.450
Un ambiente di lavoro creativo e innovativo		5,0	6.445
La distribuzione di bonus e premi di produzione		4,9	6.403
La formazione professionale e stage per i giovani		4,8	6.427
Strumenti di lavoro tecnologicamente avanzati		4,8	6.463
Sanità integrativa e prevenzione, prestazioni/copertura del rischio di non auto sufficienza		4,8	6.350

# Quanto sono importanti per la vita del lavoratore /2

	(scala da 1 a 6)	Media	N
La condivisione dei valori dell'impresa /ente dove si lavora		4,7	6.392
Una pensione integrativa privata		4,7	6.232
Le facilitazioni di trasporto		4,6	6.430
La vicinanza casa-lavoro		4,6	6.480
Spazi di lavoro belli e confortevoli		4,5	6.473
Orari flessibili, Part time		4,5	6.439
La coerenza tra studi compiuti e ruolo svolto		4,5	6.437
La flessibilità dei modelli di lavoro		4,3	6.182
Non dover fare turni o lavorare durante le feste		4,3	6.425
Buoni pasto, spazi e servizi per consumare i pasti portati da casa o mensa aziendale		4,3	6.397
Presence of team working		4,1	6.378
Opportunità di trasferirsi all'estero		4,1	6.320
Lavorare da casa		3,7	6.359
Favorire l'inserimento dei figli sul posto di lavoro		3,6	6.310
Libero accesso a internet per uso personale		3,6	6.297
Spazi creativi, CRAL, dopo lavoro, convenzioni commerciali		3,5	6.223

# Soddisfazione per il lavoro svolto.

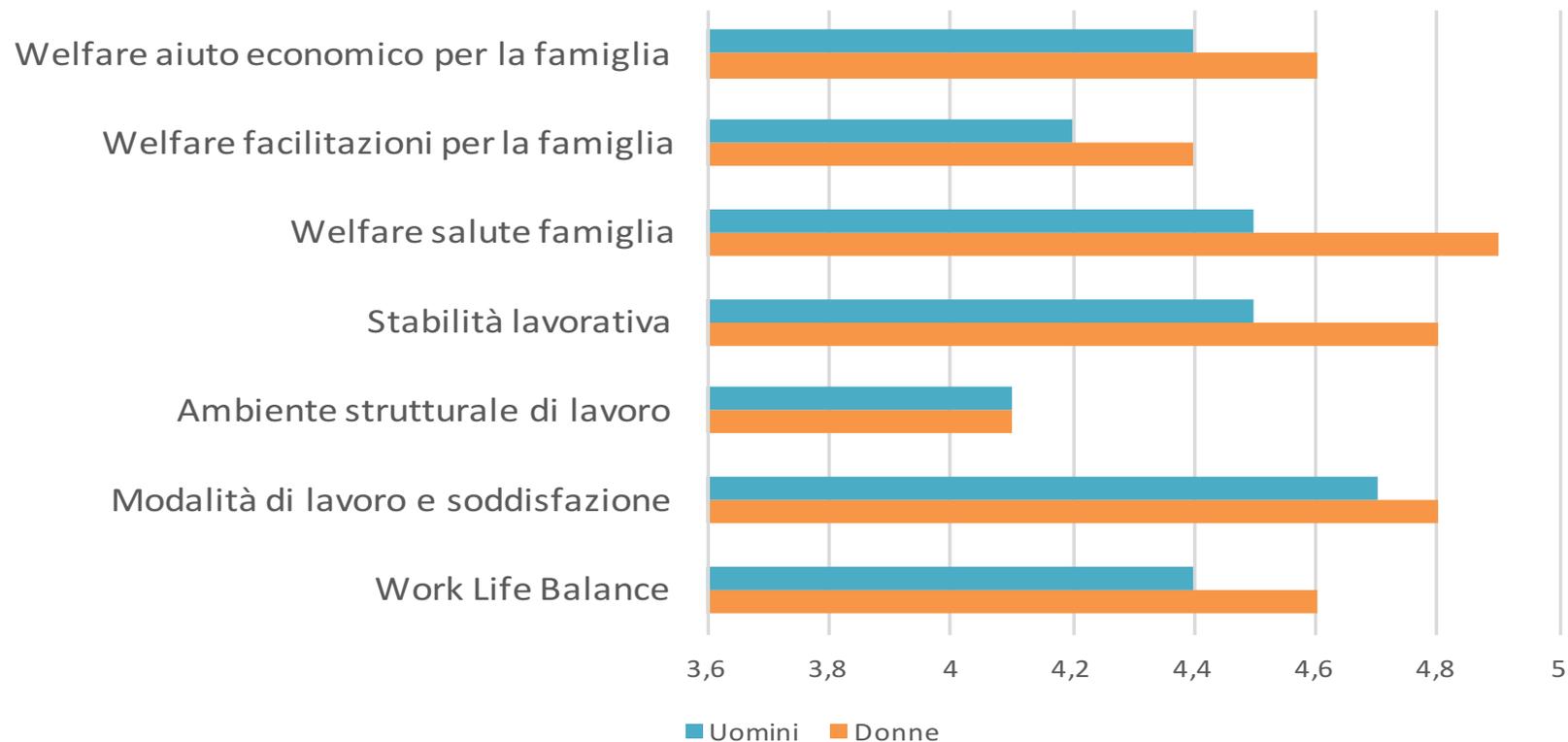
## Confronto fra uomini e donne (valore medio - scala da 1 a 6)



# GLI INDICI DEL Welfare

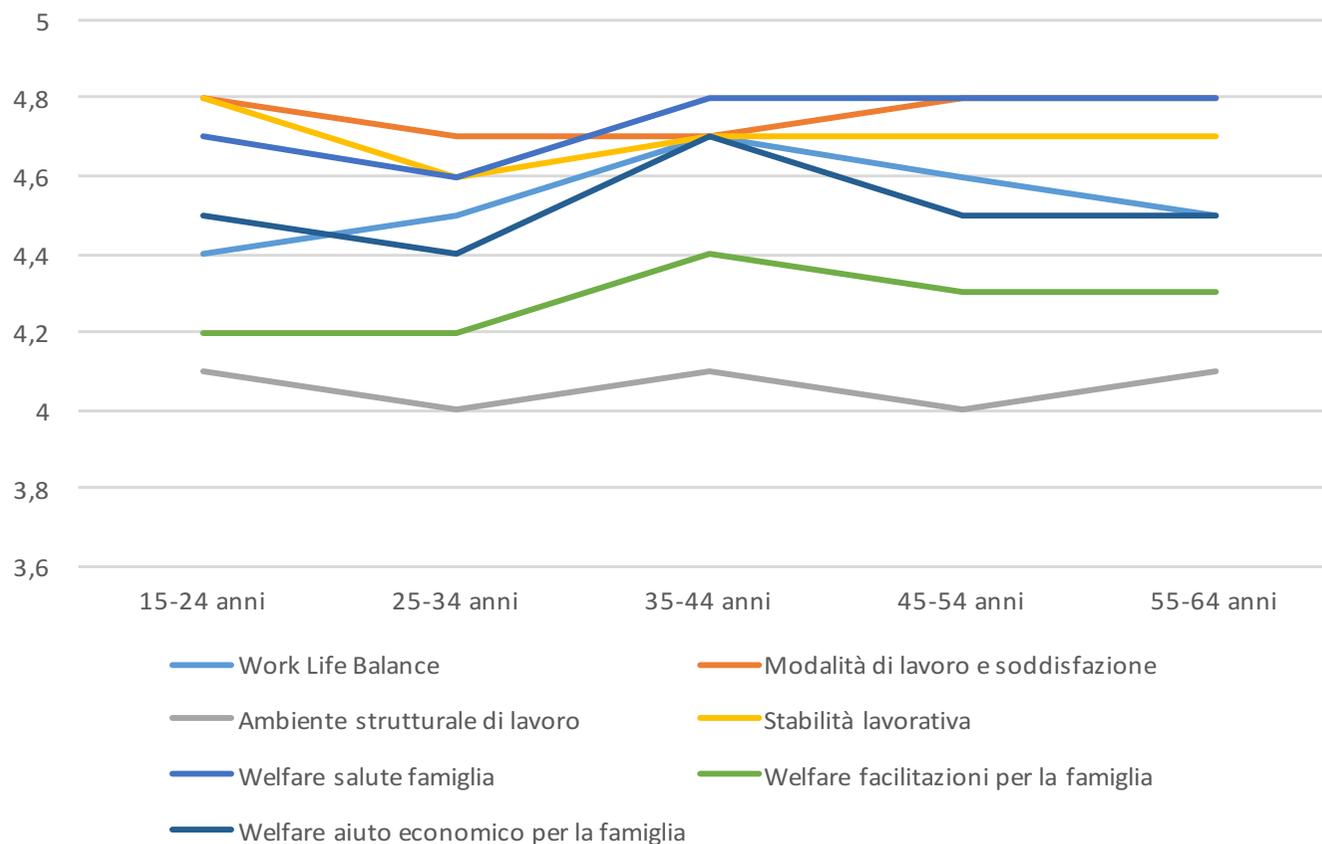
# Importanza attribuita agli indici di Welfare.

## Confronto fra uomini e donne (valore medio - scala da 1 a 6)



# Importanza attribuita agli indici di Welfare.

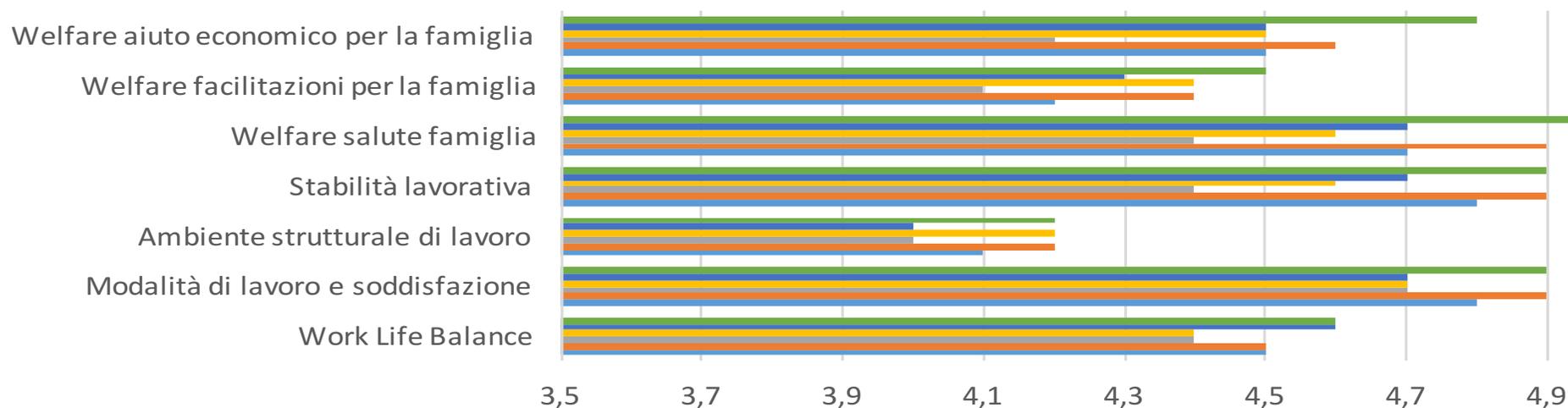
## Confronto per generazioni (valore medio - scala da 1 a 6)



# Importanza attribuita agli indici di Welfare.

## Confronto fra tipi di lavoratori e settore pubblico e privato

(valore medio - scala da 1 a 6)

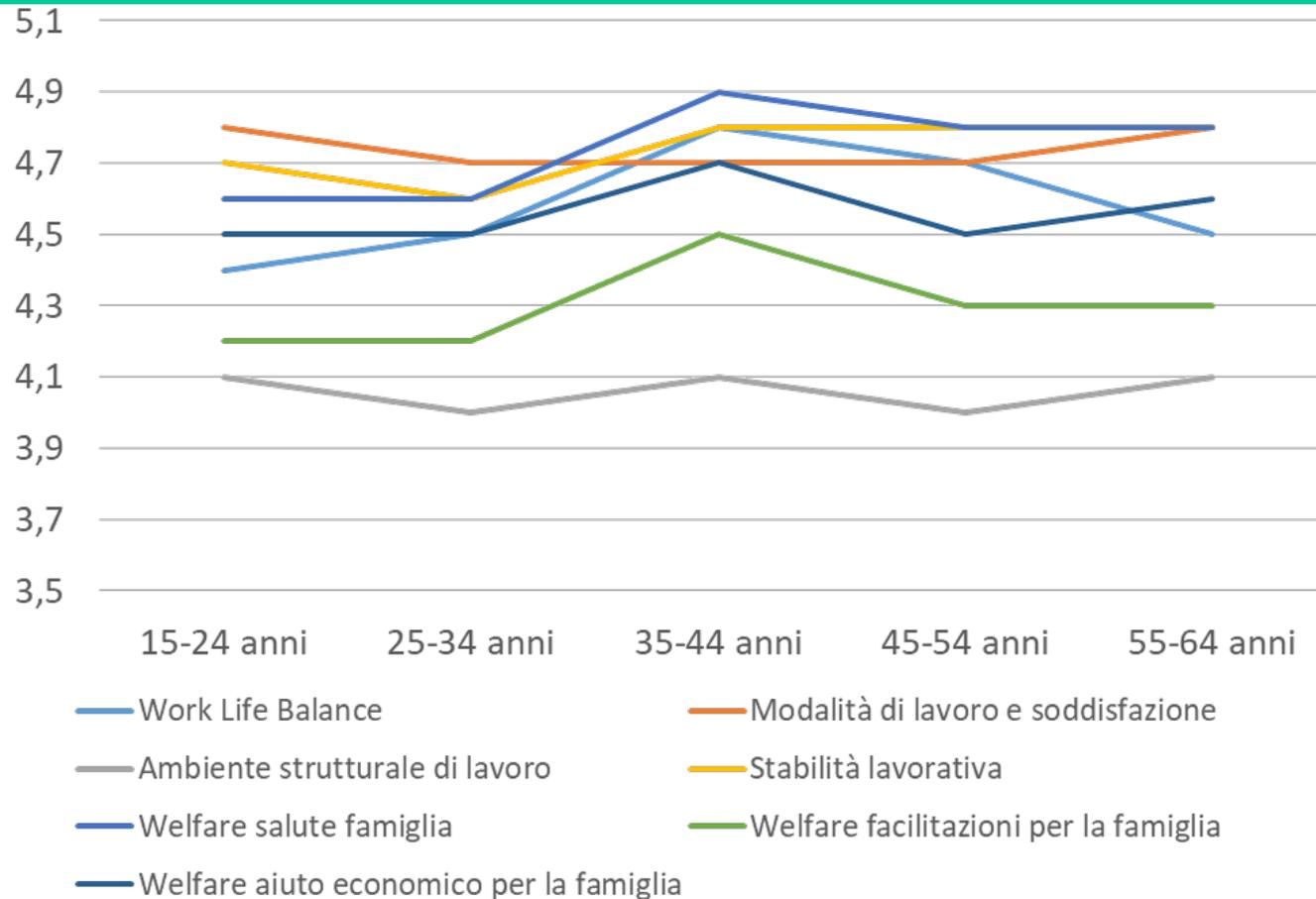


- Lavoro dipendente a tempo indeterminato Al settore pubblico
- Lavoro dipendente a tempo indeterminato Al settore privato
- Lavoro autonomo (con partita IVA) Al settore pubblico
- Lavoro autonomo (con partita IVA) Al settore privato
- Altri tipi di lavoro occasionale Al settore pubblico
- Altri tipi di lavoro occasionale Al settore privato

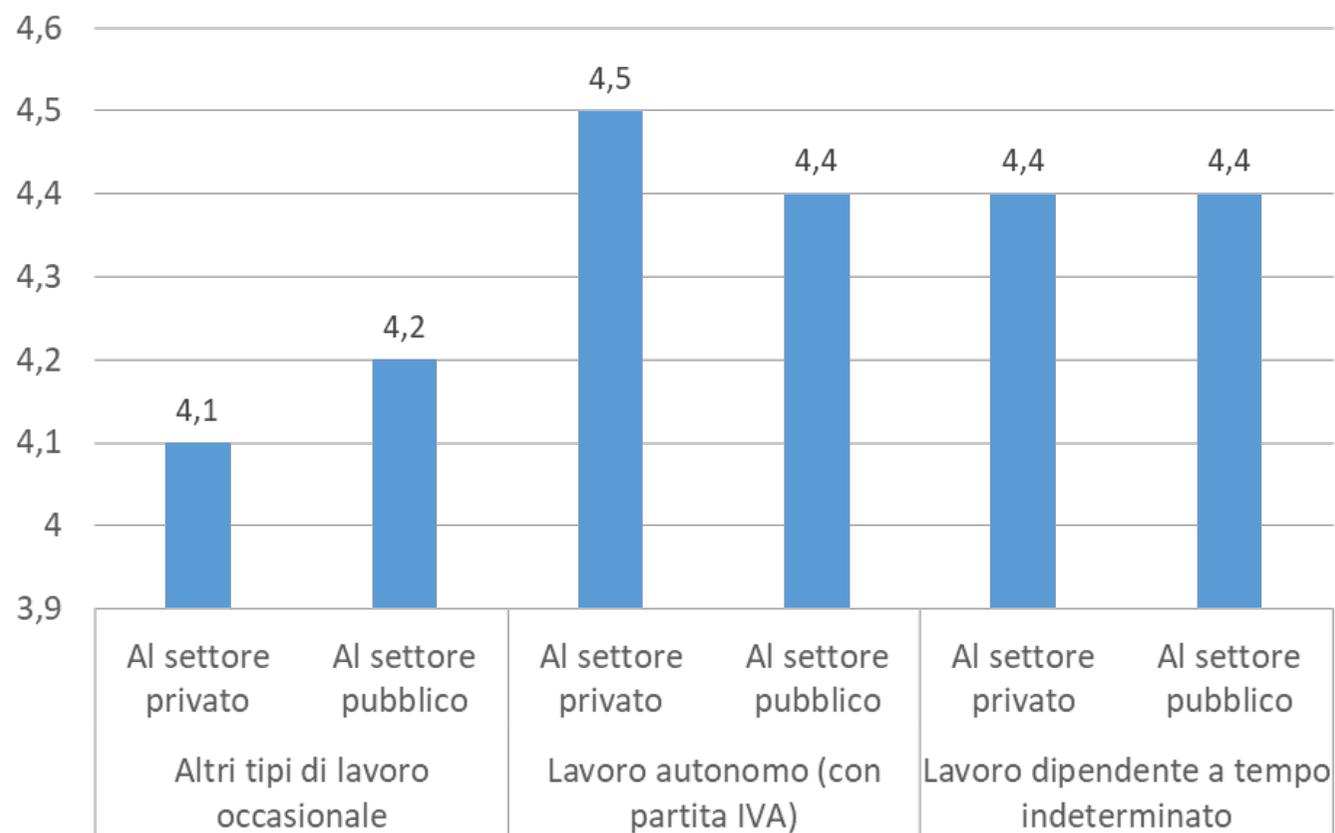
Campione: lavoratori dipendenti a tempo indeterminato nel settore privato

# Importanza attribuita agli indici di Welfare.

## Confronto per generazioni: (valore medio - scala da 1 a 6)



# Soddisfazione dei lavoratori per tipo di lavoro (valori medi – scala da 1 a 6)





# SECONDA PARTE DELLA RICERCA

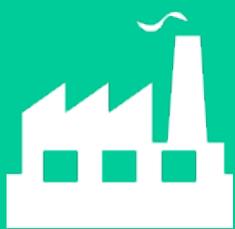
---

A photograph of three students in a classroom or office setting. A young man in a light blue polo shirt is leaning over a desk, looking at a laptop screen. A young woman with long blonde hair is standing behind him, also looking at the screen. Another student's head is visible in the foreground on the left. The background is a bright, out-of-focus window. A large white circle is overlaid on the left side of the image, containing the text.

# L'INDAGINE SULLE IMPRESE

# Il lavoro svolto

## NUMERO DELLE IMPRESE ANALIZZATE



63

## DIMENSIONI



Equilibrio tra  
Grandi Imprese e  
PMI

## AREA GEOGRAFICA



Nord Italia (la  
maggior parte in  
Lombardia)

## NUMERO DEGLI STUDENTI CONVOLTI NELL'INDAGINE



298



# IL METODO



OSSERVAZIONE PARTECIPANTE



ANALISI DEI DOCUMENTI



INTERVISTE

# COME HANNO LAVORATO GLI STUDENTI





# LO SCENARIO

# **IL WELFARE NELLE IMPRESE**

- ✓ **La leva fiscale**
- ✓ **L'opinione pubblica**
- ✓ **La tecnologia digitale**
- ✓ **I fornitori di servizi**
- ✓ **Gli accordi dei sindacati**
- ✓ **Nuove aree di sostegno ai collaboratori**

# L'obiettivo del welfare nelle imprese

Migliorare le condizioni concrete di vita del dipendente in modo che possa dedicarsi al proprio lavoro con maggior produttività.

Erogare benefici che si traducono in "aumenti di reddito reale" per il dipendente, sostituendoli ad "aumenti salariali" che incrementano il costo del lavoro senza efficienza fiscale per l'azienda e per il dipendente.

Migliorare la capacità dell'impresa di attrarre e trattenere capitale umano di qualità

Fonte: Rapporto Welfare PMI 2017

# Le 12 aree del WELFARE

<b>1</b>	<b>Previdenza integrativa</b>
<b>2</b>	<b>Sanità integrativa</b>
<b>3</b>	<b>Servizi di assistenza</b>
<b>4</b>	<b>Polizze assicurative</b>
<b>5</b>	<b>Pari opportunità e Vita-Lavoro</b>
<b>6</b>	<b>Sostegno economico</b>
<b>7</b>	<b>Formazione per i dipendenti</b>
<b>8</b>	<b>Sostegno all'istruzione dei famigliari</b>
<b>9</b>	<b>Cultura e tempo libero</b>
<b>10</b>	<b>Integrazione sociale e sostegno ai più deboli</b>
<b>11</b>	<b>Sicurezza</b>
<b>12</b>	<b>Welfare allargato alla comunità e al territorio</b>

Fonte: Rapporto Welfare PMI 2017

# I numeri del Welfare

<b>Previdenza integrativa</b>	<b>23,4%</b>
<b>Sanità integrativa</b>	<b>34,8</b>
<b>Servizi di assistenza</b>	<b>6,7</b>
<b>Polizze assicurative</b>	<b>46,3%</b>
<b>Pari opportunità e Vita-Lavoro</b>	<b>32,8%</b>
<b>Sostegno economico</b>	<b>35,1%</b>
<b>Formazione per i dipendenti</b>	<b>33,7%</b>
<b>Sostegno all'istruzione dei famigliari</b>	<b>2,7%</b>
<b>Cultura e tempo libero</b>	<b>5,8%</b>
<b>Integrazione sociale e sostegno ai più deboli</b>	<b>7,7%</b>
<b>Sicurezza</b>	<b>33,9%</b>
<b>Welfare allargato alla comunità e al territorio</b>	<b>17,3%</b>

Fonte: Rapporto Welfare PMI 2017



# IL CAMPIONE

# HANNO COLLABORATO CON NOI



# ANALISI DI CASI

THE CHOCOLATE FACTORY  
*Lindt*

# IL CASO: LINDT

---



# LA SCELTA



## LINDT HA VINTO IL REGIONAL RANDSTAD AWARD NORD OVEST 2016

### Cos'è il Randstad Award

Il Randstad Award è la più grande ricerca di employer branding al mondo, che premia le aziende più attrattive presso i potenziali candidati.

*Atmosfera piacevole e «vivibile» del luogo di lavoro oltre ad un buon equilibrio tra vita personale e professionale sono fattori che hanno portato **LINDT** ad essere tra le aziende più ambite per che cerca di lavoro nell'area nord-ovest dell'Italia.*

# LA TUTELA SANITARIA

Lindt prevede il sostegno del lavoratore nell'accesso a diverse prestazioni socio-sanitarie gratuite.



Check up annuale e gratuito



Supporto psicologico



Controlli preventivi per  
seno e prostata



Nutrizionista e ampliamento  
delle proposte di menu  
aziendale

# «Passione attraverso Talent»

Ciò significa :

😊 Ambienti di lavoro  
attraenti

😊 Meritocrazia

LO SLOGAN DI LINDT RACCONTA  
COME LA FORMAZIONE CONTINUA  
E L'ATTENZIONE PER I DIPENDENTI,  
SIA A LIVELLO UMANO CHE  
LAVORATIVO E LA PREMIAZIONE  
DEI PIÙ TALENTUOSI, SIANO UNA  
CHIAVE DI SUCCESSO PER  
L'AZIENDA.



**Servizio di orientamento  
universitario riservato ai  
figli dei dipendenti con  
lo scopo di dare loro  
notizie sulla realtà  
aziendale e agire con  
funzione di indirizzo nel  
mondo del lavoro.**



# LINDT E LA SOSTENIBILITA'

La **sostenibilità** e le pratiche commerciali **socialmente responsabili** sono parti integranti nei **valori** e nelle strategie del Gruppo Lindt.

L'azienda si è mostrata interessata in quest'ambito soprattutto per :

1. Aiuto alle comunità del Ghana

*Employee Volunteering*

2. Tematiche ambientali e climatiche
3. Migliorie ai processi energetici

# CONSIDERAZIONI FINALI

Tutto questo, favorito da una dimensione aziendale che consente il monitoraggio e la soluzione delle criticità in tempi ridotti, consente di ottenere un rapporto tra richiesta prestazionale e risultati ottenuti certamente favorevole per entrambe le parti. Il risultato generale è quindi positivo e costituisce un possibile riferimento per altre realtà assimilabili per dimensioni ed attese commerciali.



La forza dell'azienda basata sul **rispetto dei valori tradizionali e qualitativi** trova una corrispondenza con il rapporto verso i lavoratori che devono essere **pronti a svolgere il loro lavoro** nel modo ottimale richiesto dagli elevati standard attesi (Formazione specifica) e **sentirsi fieri** parte di un sistema produttivo che esprime un prodotto riconoscibile e **universalmente identificato/apprezzato**.



# IL CASO: SDF

---

# LA SCELTA



Farming Technology. Since 1927.

SDF ha collaborato nel 2016 con l'Università IULM nel merito di una lezione frontale e nella **sede SDF di Treviglio** con una giornata dedicata all'indagine approfondita sul Welfare.

*Già dai primi momenti della visita è emerso che  
"Il lavoro **non è solo un mezzo di sostentamento**,  
il datore non può ignorare i bisogni dei lavoratori,  
anche perché, se ascoltati, permettono di far  
crescere la produttività."*

# IL PRESENTE



Fondo per le spese mediche dei collaboratori



Fabbrica delle idee



Banca ore



Paternità



Borse di studio per figli dei collaboratori



Compilazione del modello 730

# IL FUTURO

L'azienda è costantemente all'opera per migliorare le condizioni di lavoro per i dipendenti.



**Orientamento dei premi di produzione verso politiche di Welfare**



**Introduzione di questionari valutativi**



**Creazione di uno Sportello Amico a sostegno psicologico dei dipendenti**

# SAME CLUB

Uno strumento di partecipazione

Il **SAME CLUB** è un'associazione, la cui quota di iscrizione è simbolica, dedicata a dipendenti, ex-dipendenti e alle loro famiglie.

Alcuni eventi organizzati:

- visite a musei e fiere
- gite fuori porta
- gare tra gli associati



# SDF E LA SOSTENIBILITA'

Locale e Globale

La **sostenibilità del territorio** dove SDF opera è sempre stata un elemento cruciale nell'impegno sociale dell'azienda, ben inserito nei valori e nella storia del Gruppo.

In particolare è stato progettato:

un auditorium pubblico per tutta la cittadinanza di Treviglio

A livello globale è stato costruito un **Ospedale Civile in India**



# CONSIDERAZIONI FINALI



La successiva internazionalizzazione non ha impedito all'azienda di **mantenere intatta la vocazione storica** al Welfare.

Un altro punto di forza dell'azienda sta nel costante impegno riguardo a questo tema, in netto anticipo rispetto alle tendenze mondiali.

**Tutto questo porta a bassi livelli di turnover e sentimento di appartenenza più alto, fattori che contribuiscono alla crescita e alla produttività dell'azienda.**

# CONCLUSIONI



Oltre il 70% delle imprese con politiche di Welfare offre ...



**SERVIZI PER LA SALUTE DEL  
DIPENDENTE E DEI LORO  
FAMIGLIARI**



**AGEVOLAZIONI PER LE DONNE  
IN GRAVIDANZA, IN  
MATERNITA' E POST  
MATERNITA'**



**SPAZI DEDICATI ALLO  
SVAGO ED EVENTI PER  
LE FAMIGLIE**

# Welfare: i settori

Le imprese che adottano politiche di Welfare nei confronti dei collaboratori operano soprattutto in questi settori:

- ✓ Terzo settore
- ✓ Commercio e servizi
- ✓ Industria

**WORK** **LIFE**

---



# Imprese Digitali



**Dalla ricerca è emerso che anche le più giovani imprese che operano nel settore dei servizi digitali, stanno muovendo i primi passi nel mondo del Welfare.**

**Il supporto che viene dato ai collaboratori, per lo più sotto i 45 anni, è incentrato sulla facilitazione della loro vita all'interno degli uffici, sull'equilibrio tra vita lavorativa e privata e sull'organizzazione di eventi volti al team building.**

# Le imprese tradizionali

Dalla ricerca è emerso che le imprese maggiormente radicate sul territorio e con una cultura di impresa consolidata adottano politiche di Welfare nei confronti dei collaboratori quasi “inconsapevolmente”. I valori di queste imprese le hanno sempre portate a mettere l’individuo lavoratore al centro della filiera produttiva. La sostenibilità di queste imprese è molto elevata.



# PAROLE CHIAVE EMERSE

Benessere

Convenzioni

Futuro

Pari opportunità

Famiglia

Aiuto

Comunità

Giovani

ATTENZIONE ALLE PERSONE

Formazione

Flessibilità

Benefit

Salute

Agevolazioni

Sicurezza

COLLABORAZIONE

Spazio di lavoro

## SI RINGRAZIANO:

Assolombarda

Gli studenti che hanno analizzato il caso "LINDT": Giulia Baratelli, Giulia Macchi, Matteo Marini

Gli studenti che hanno analizzato il caso "SDF": Sara Dones, Silia Franco, Niccolò Parini

LOUD Design Studio

Dott. Paolo Ghislandi,  
Dott. Ssa Eleonora Greco,  
Dott.ssa Rossana Testa di SDF

Dott. Marco Mossuto di Lindt





# CONCLUSIONI GENERALI



## Lavoratori

- ✓ Interesse intergenerazionale verso l'insieme di benefit, servizi e misure di welfare (maggiore bisogno di welfare nelle donne).
- ✓ Coerenza tra i valori personali e le iniziative di welfare richieste per migliorare la qualità della vita.
- ✓ Tendenziale convergenza fra generazioni circa l'importanza attribuita agli strumenti di welfare
- ✓ Per tutti la prima richiesta è la stabilità del lavoro in ogni suo aspetto.
- ✓ Importanza condivisa delle iniziative volte a facilitare il bilanciamento vita lavorativa vs. vita privata ed apprezzamento diffuso degli strumenti di sostegno al reddito.
- ✓ Nel complesso, soddisfazione per il presente (minore nelle donne e nei giovani) e visione realistica del futuro

## Aziende

- ✓ Differenze di approccio al welfare riscontrate tra imprese con una tradizione di lunga data e un forte radicamento territoriale rispetto alle imprese più recenti.
- ✓ Individuazione di alcuni casi virtuosi che offrono un welfare a 360° capace di sopperire pienamente alle mancanze del welfare tradizionale.
- ✓ Differenza nelle pratiche di welfare adottate non solo in riferimento a tipi di bisogno specifici, ma anche in relazione al settore d'appartenenza dell'impresa.

# Grazie!

**EQUIPE DI RICERCA:** Ariela Mortara, Rosantonieta Scramaglia, Giuseppe Paletta, Simonetta Muccio, Laura Pellegrini